



**K**NOWLEDGE



**S**kills



**A**ttitude

المناهج التدريبية

# التسويق الإلكتروني



**Electronic Marketing**





## التسويق الإلكتروني

BIBLIOTHECA ALEXANDRINA

الطبعة الأولى

٢٠٠٧

# PMEC

إعداد المادة العلمية

خبراء مركز الخبرات المهنية للإدارة .. بميك

كتب عربي  
BIBLIOTHECA ALEXANDRINA  
مكتبة الاسكندرية (شراء)

المستشار العلمي

أ. د. عبد الرحمن قوفيقيل ٩٩١٩٧

الترقيم الدولي : 977-337-256-1

رقم الإيداع : 2007/7923



المادة التدريبية المتضمنة في هذا الملف تخضع لقانون حماية الملكية الفكرية وتحمل رقم إيداع موثق بالهيئة العامة لدار الكتب المصرية، كما أن حقوق التأليف والنشر لمحتويات النص والرسومات الواردة لهذا الملف التدريبي مملوكة بالكامل وحصرياً لمركز الخبرات المهنية للإدارة



ولا يجوز النقل أو الاقتباس أو إعادة الاستخدام بالتصوير أو بالطبع أو البيع لآخرين دون إجازة كتابية موثقة ومعتمدة من إدارة المركز. في حالة رغبتكم في الحصول على إذن كتابي يحول لكم حق استخدام المادة أو عند رغبتكم في التعاقد على طباعة وتصوير أعداد كبيرة إضافية لزوم عقد برامج تدريبية يمكنكم الاتصال بإدارة التسويق.

مركز الخبرات المهنية للإدارة ( بميك )

٢٣ شارع عامر - الدقي - القاهرة

هاتف / فاكس: ٣٣٦٧٩٦٠ / ٧٦١٠٣٩٨ / ٧٦١٠٣١٧ (٠٠٢٠٢)

ص.ب: ٣٣٨ الأورمان ١٢٦١٢

بريد إلكتروني: Marketing@pmecegypt.com

info@edarabook.com

[www.pmecegypt.com](http://www.pmecegypt.com)

[www.edarabook.com](http://www.edarabook.com)



# المحتويات

١	التسويق الإلكتروني
٢	أساسيات التجارة الإلكترونية
٣	متطلبات التجارة الإلكترونية
٧	المدخل إلى التجارة الإلكترونية
٩	نظام اتصالات ذات تقنيات متقدمة بين أطراف التعامل
١١	الكيانات الداعمة لنظم التسويق الإلكتروني
١٧	الإشكاليات القانونية والأمنية التي تعوق دعم وتطوير التجارة الإلكترونية
١٩	المتطلبات المتكاملة نحو بناء هيكليّة التجارة الإلكترونية من منظور المفاهيم المعاصرة
٢٣	التوجه إلى الاقتصاد الرقمي
٢٦	المدخل إلى شبكة المعلومات الدولية - Internet
٣٢	التسويق الرقمي











## أساسيات التجارة الإلكترونية

### المبادئ الأساسية التي تحكم التجارة الإلكترونية :

١. مشاركة القطاع الخاص في البدء الفعلي في المساهمة الجادة .
٢. تشجيع الدولة على النهوض بالتجارة الإلكترونية .
٣. تهيئة البيئة القانونية الملائمة لتنشيط حركة التجارة .
٤. المشاركة في المنظمة الدولية لتبادل المعلومات المالية (السويقت).

PMEC







## متطلبات التجارة الإلكترونية

### ١- الاتجاهات الأساسية القانونية:

- الالتزام بالتوحيد القياسي من خلال CODE كود التجارة الإلكترونية .
- أساليب الحماية الوقائية ضد المخاطر .
- الخصوصية في التعاملات .
- توفير السرية التامة .

### ٢- الاتجاهات التقنية:

- البنية الأساسية في منظومة وشبكات الاتصالات .
- تكنولوجيا المعلومات الرقمية .
- المعايير الفنية القياسية في التعامل .

### ٣- الاتجاهات التسويقية:

- فتح أسواق جديدة .
- تقديم خدمات مستحدثة للعملاء .
- أساليب تنشيط السلع والخدمات .

### ٤- الاتجاهات الأساسية المالية:

- معالجة قضايا الضرائب والجمارك .
- معالجة المدفوعات الإلكترونية وتأمين التعامل فيها .
- نظم وأساليب الدفع والاستحقاق الرقمية .







## ٥- الاتجاهات الأمنية:

- معالجة الحجية القانونية للتوقيع المادي - الإمضاء أو التوقيع الإلكتروني .
- معالجة سرية المعاملات وتأمين معلوماتها بين الأطراف المتعاملة لاستقرارها في السوق .
- نظم الحماية والسرية والتأمين لكافة المعاملات مع الغير - أفراد / شركات / بنوك ... الخ.

## كيانات استراتيجية لقيام التجارة الإلكترونية الدولية:

١. توفير مرصد البيانات والمعلومات وإدارة قواعد المعرفة المتكاملة في المجال الاقتصادي والمصرفي.
٢. توفير الأساليب الإلكترونية ودوائر الاتصالات الدولية لإجراء عمليات المبادلة مع الغير.
٣. حصول السلع والخدمات الإلكترونية لشهادة المواصفات الدولية بمختلف أنواعها لضمان توكيد الجودة الشاملة.
٤. تهيئة البيئة القانونية والمصرفية وتطويرها لمواجهة حركة التجارة الإلكترونية بسهولة وأمان.
٥. تدريب الكوادر البشرية والعمل على تطوير العمل على إدارة المنظمة الحديثة للتجارة الإلكترونية.
٦. مشاركة مراكز الإنتاج والتسويق داخل الشبكة الدولية للمعلومات وتخصيص مواقع ثابتة لها.







## نظم التأمين والحماية في التجارة الرقمية:

القصور في وجود نظم محكمة للسرية وتأمين المعلومات المتبادلة من خلال الشبكة الدولية على سبيل المثال في النواحي التالية:

١. معلومات عن الحسابات الشخصية.
  ٢. معرفة أرقام بطاقات الائتمان.
  ٣. أرقام حسابات العملاء.
  ٤. حركة موازين المراجعة.
  ٥. حجم وقيمة الفواتير وتاريخ السداد.
  ٦. معرفة كلمات المرور الشخصية السرية.
  ٧. الدخول في بيانات المتعاملين وتعديلها.
  ٨. تعديل بيانات المعاملات التجارية.
  ٩. انتحال شخصية تمكن من تحصيل وإضافة الأموال.
- ما يثير التخوف من طبيعة التعامل مع الشبكة الإلكترونية الدولية في مجال التجارة الإلكترونية.

## بعض المشكلات الحالية التي تواجه التجارة الإلكترونية العالمية:

١. المشكلات القانونية.
٢. المشكلات الاقتصادية.
٣. مشكلات الحماية والتأمين.
٤. مشكلات عدم توفير البنية الأساسية.







## والإشكالية المطروحة الآن ؟ ..

متى وكيف تستطيع الدول العربية أن تلحق قطار التجارة الإلكترونية الدولية؟

## الحلول المطروحة:

١. أهمية المشاركة في الوسيط المصرفي الدولي للمعلومات.
  ٢. إجراء مجموعة من التعديلات في التشريعات المحلية والدولية.
  ٣. استخدام التقنية التكنولوجية في تأمين المعاملات.
- لذا نجد أن الاختراعات لم تتوقف والأبحاث جارية ولن تنتهي لمواجهة تلك الإشكاليات التي تحد من انتشار مفاهيم التجارة الإلكترونية بالمعنى الواسع.
- وعلى هذا الأساس يتم العمل على محاور متكاملة على المستوى القومي من النواحي التالية:

١. الناحية التنظيمية
٢. الناحية المصرفية.
٣. الناحية المعلوماتية.
٤. الناحية التشريعية.
٥. الناحية التقنية.







## المدخل إلى التجارة الإلكترونية

الكيانات المستحدثة في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال التجارة الإلكترونية:

١. المنظمات الاقتصادية القائمة على الأساس الافتراضي أو التخلي Virtual .
٢. إضافة تقنيات المعلومات والاتصالات CIT كنسبة متزايدة وعالية من القيمة المضافة على المستوى الاقتصادي في أداء الأعمال Value Added .
٣. مفهوم الاقتصاد الرقمي Digital Economy القائم على استخدام شبكات المعرفة Knowledge Base . كذا اقتصاد المعرفة Economy Knowledge ، وطرح مفهوم Intelligent Markets ، وهذا شكل إلى إقامة وانتشار الشركات الافتراضية Virtual Corporation لدعم وانتشار التجارة الإلكترونية Electronic Trade في أنحاء العالم.

### مفاهيم التجارة الإلكترونية في ضوء أدبيات فلسفة العلوم :

١. نوع من عمليات لإجراء البيع والشراء بين فئة القائمين بالإنتاج والخدمات مع فئة المستهلكين من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
٢. إجراء العمليات الفنية والتنظيمية لمجموع من المستفيدين لتبادل السلع والخدمات من خلال التقنيات المعلوماتية والاتصالية والمتطورة.
٣. منهجية متطورة تستخدم تقنيات إلكترونية متعددة لنقل وتداول مواد المعلومات بهدف عقد اتفاق لتوريد سلعة أو تقديم خدمة بين طرفين في مواقع أو أماكن جغرافية مختلفة محلياً أو إقليمياً أو دولياً.
٤. أسلوب عصري للتبادل التجاري (سلع وخدمات) من خلال استخدام تقنيات المعلومات وشبكات اتصالية متقدمة بين أطراف متعددة دون القيد بمكان وزمان.







٥. التجارة الإلكترونية بمثابة منظومة متكاملة من تقنيات وأساليب وقواعد معرفية وأنظمة الكترونية بهدف إجراء عمليات التسوق والإعلام والبيع والشراء للسلع والخدمات داخل عمليات فنية وتنظيمية مقننة.

٦. التجارة الإلكترونية بمثابة أسلوب عصري قائم على أساس هيكلية من التكنولوجيا الفائقة في المعالجة والاتصال والاختيار والتنفيذ في الاستجابة الفورية لحاجات مجتمع المستفيدين دون قيود المكان والزمان لتبادل وإنتاج وترويج وشراء وبيع وإعلام عن السلع والخدمات من خلال وسائل الدفع الكترونية وفقاً للقيمة المتفق عليها بين أطراف التعامل.

### أنواع وأشكال التجارة الإلكترونية:

يوجد العديد من أشكال التجارة الإلكترونية ، منها :

١. التجارة الإلكترونية من وحدة أعمال ووحدة أعمال أخرى.

*Business to Business ( B ٢ B )*

٢. التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال ومستهلك.

*Business to Customer ( B ٢ C )*

٣. التجارة الإلكترونية بين وحدة أعمال وإدارة محلية أو حكومية.

*Business to Administration ( B ٢ A )*

٤. التجارة الإلكترونية بين المستهلكين والإدارة المحلية.

*Administration to Customer ( A ٢ C )*







## نظام اتصالات ذات تقنيات متقدمة بين أطراف التعامل

### أطراف التعامل :

وهذا يعني إقامة شبكات لنقل وتداول البيانات من خلال استخدام تقنيات عالية لاستقبال البيانات من خلال التكنولوجيا الرقمية والأقمار الصناعية . مع وجود حاسبات إلكترونية رئيسية SERVER ( خادم ) قادر على التحكم والإدارة والمتابعة لكافة المعاملات الإلكترونية بين أطراف التعامل والتي جعلت العالم قرية كونية صغيرة وهذا أدى إلى ظهور مفهوم العولمة Globalization وازدهار التجارة الإلكترونية.

### السمات الحاكمة للتجارة الإلكترونية:

١. إجراء العمليات الفنية والتنظيمية والتجارية بين أطراف متعددة من خلال استخدام تقنيات المعلومات والاتصالات المتقدمة.
٢. عدم الاعتبار للحدود الجغرافية والزمنية عند التعامل بين الأطراف المشتركة.
٣. تضيق ميزة الاتصال والتبادل الفوري بين المنظمات بكفاءة عالية وإنتاجية أكبر مع خفض التكلفة وتحقيق ربحية مرتفعة.
٤. الاستجابة السريعة من خلال التفاعل الحر مع خفض مستويات الاتصال التنظيمي داخل المنظمات الافتراضية التي تقوم بعمليات التجارة الإلكترونية.
٥. التجارة الإلكترونية ما هي إلا استخدام وسائل Means أو أدوات Tools مستحدثة بين طرفين للاتفاق على تقديم خدمة أو إعداد منتج من خلال تقنيات إلكترونية واتصالية متقدمة.





## خصائص التجارة الإلكترونية:

١. الاتصال بين طرفي العمليات التجارية يتم دون سبق معرفة.
٢. إمكانية إجراء الاتصال مع أكثر من طرف واحد.
٣. لا يلزم وجود وثائق أو مستندات ورقية حيث يتم الاتصال إلكترونياً بين جميع الأطراف المشاركة.
٤. إتاحة فرص التجوال بين خيارات متعددة في أسواق افتراضية ومتباعدة للحصول على الخدمة أو السلع بأرخص الأسعار وأفضل العروض.
٥. إمكانية التراسل والتبادل للبيانات والوثائق إلكترونياً بين أطراف التعامل.
٦. خفض مستويات التنظيم الإداري بين أطراف التعامل إلى أقصى درجة ممكنة لعدم وجود هياكل تنظيمية ( الهيكل الوظيفي ) .

PMEC





## الكيانات الداعمة لنظم التسويق الإلكتروني

وحتى يمكن القول بأن هناك كيانات جوهرية لنجاح نظم التسويق الإلكتروني لأي منظمة في أي جهة في العالم يتطلب الأمر توفير ما يلي على سبيل المثال:

١. نظام إدارة المعرفة الكلية لتحديد متطلبات السوق والعملاء من السلع والخدمات.
٢. نظم ووسائل للدفع والسداد للتجارة الإلكترونية.
٣. نظام التوحيد القياسي ISO للسلع والخدمات المتاحة للتبادل بين الأطراف.
٤. نظام قانوني يدعم حقوق والتزامات طرفي العمليات للتجارة الإلكترونية.
٥. نظم اتصالات ذات تقنية متقدمة لدعم عمليات الإعلام والترويج والتنشيط البيعي.
٦. نظام تشفير عالي المستوى لتأمين حقوق الالتزامات عند الدفع والسداد والحفاظ على سرية التعامل بين الأطراف.
٧. نظام اقتصادي يسمح بدخول وانتقال الأموال والسلع والخدمات دون معوقات (جمارك / فحوصات إجراءات نظم إدارية أخرى )

ولكن ما المقصود بتلك الكيانات ؟ ...





## نظام إدارة المعرفة الكلي

### *Total Knowledge Management System (TKMS)*

١. رصد وجمع وتحليل ومعالجة لمصادر المعرفة لجميع مستخدمي النظام دون قيود بهدف التمكين من الاستقراء واتخاذ القرارات الصائبة والدقيقة عند التعامل مع الغير من خلال قواعد المعرفة Knowledge Base لدعم متطلبات العملاء ومقدمي الخدمات ومنتجاتي السلع.

٢. توفير طرق المعلومات فائق السرعة Information Super High Ways ، وذلك من خلال توفير التكنولوجيا المتقدمة Hi-Tech في ضوء مفهوم التلاحم Convergence بين الحواسيب والاتصالات Com-Com .

٣. إقامة نظام معلومات متكامل Integrate Information System (IIS) قادر على تقديم كافة مصادر المعلومات والوثائق المتعلقة بالنشاط الاقتصادي والسياسي والبنكي والجمركي وغيره، والذي له صلة بنظام التجارة الإلكترونية من خلال نقط رصد تتواجد داخل شبكة من الاتصالات Network مع الجهات والمصالح ذات الاختصاص.

### نظام و وسائل الدفع والسداد للتجارة الإلكترونية:

١. استخدام الدفع النقدي عند الاستلام مقابل استلام السلعة أو الخدمة من الباب للباب.

٢. استخدام البطاقات المصرفية ( النقود البلاستيكية ).

٣. استخدام البطاقات الذكية Smart Card.

٤. استخدام التحويلات المصرفية - الحوالات الإلكترونية .

٥. استخدام النقود الرقمية.





## استخدام الدفع الفوري :

تعني بمجرد أن تم الاتفاق بين المشتري والبائع على نوعية وشراء كمية من السلع والخدمات تم الاتفاق على الدفع مباشرة عند الاستلام بمعرفة مندوب عن البائع أو وكالة محلية في نفس الدولة أو عند حضور المندوب إلى المشتري لتسليمه البضاعة .

## النقود البلاستيكية :

Debit Cards

١. بطاقات الدفع

Credit Cards

٢. بطاقات الائتمان

Charge & Cards

٣. بطاقة الصرف البنكي

Smart Card

٤. البطاقات الذكية

## الأساليب التقنية الحديثة في الدفع والسداد لنجاح التجارة الإلكترونية:

١. الهاتف المصرفي (PB) Phone Bank بين العملاء في البنك إلى أطراف أخرى.
٢. خدمات المقاصة الإلكترونية المصرفية بين الأفراد إلى آخرين من خلال بنك . Bankers Automated Clearing Services (BACS)
٣. نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي بين المصارف بعضها البعض بناء على طلب العملاء (RTGS) Real Time Gross Settlement System .
٤. الانترنت المصرفي Home Banking إتاحة خدمات للعملاء بدفع المستحقات الي الغير أو الشراء أو تحويل أموال بين حسابات العملاء مباشرة .
٥. النقود الرقمية أو الإلكترونية Digicast/E.cash تقوم الفكرة الأساسية بقيام العميل مقدماً بشراء عملات الكترونية من البنك.





نظام التوحيد القياسي ISO للسلع والخدمات المتاحة للتبادل بين الأطراف:

يمكن من خلال التجارة الإلكترونية تأكيد الجودة والاتفاق المسبق لنوعية وجودة ومواصفات السلع والخدمات بين أطراف التعامل.

نظام قانوني وتشريعي لدعم الحقوق والالتزامات طرف التعامل في التجارة الإلكترونية:

١. الحجية القانونية للتوقيع الإلكتروني.
٢. نظام تأمين المعاملات بين الشبكة الإلكترونية.
٣. نظام حماية حقوق كل أطراف التعامل على الشبكة الإلكترونية ( عملية الدفع / الاستلام والتسليم وفقاً للمواصفات المحددة بهدف استقرار وتنمية التجارة الإلكترونية وانتشارها ودعم لوجودها .

نظام اتصالات ذات تقنيات متقدمة:

*Communication Network System*

١. إقامة أنظمة وشبكات اتصالات فائقة السرعة مع العالم الخارجي وعلى المستوى الإقليمي أيضاً .
٢. خفض تكلفة قيمة إجراء عمليات الاتصالات إلى أقل تكلفة ممكنة.
٣. توفير البنية الأساسية لتنفيذ عمليات الاتصالات (عدد المنافذ / محطات وأنظمة الأقمار الصناعية المستخدمة وقدرتها / توفير أجهزة الحاسب مع توفير Modem للربط بين الحاسب وشبكة الاتصالات الخارجية).
٤. نظام التشفير والحماية الإلكترونية الأمنية





نظام التشفير والحماية الإلكترونية الأمنية لتأمين حقوق والتزامات المتعاملين على الشبكة الدولية لنمو حجم التجارة الإلكترونية:

١. يتم استخدام نظام التشفير Encryption من قبل القائم قبل إرسال الرسالة المحددة، ويكون لدى المتلقي مفتاح لإعادة فك التشفير لاستعادة محتوى ومضمون الرسالة والتي تعني الحل Decryption.

٢. يتم استخدام نظام التشفير على عدة مستويات متنوعة، ووفقاً للنظام العام الذي تقوم كل منظمة بطرحه في الأسواق ويتم استخدامه بواسطة المتعاملين في التجارة الإلكترونية.

أنظمة التشفير العالمية المتبعة لتأمين إجراء المعاملات على الشبكة العالمية في التجارة الإلكترونية:

١. نظام المفتاح المتماثل . Symmetries Key

٢. نظام التشفير بالمفتاح العام . Public Key Encryption

٣. نظام التشفير بالمفتاح الخاص . Private Key Encryption

٤. نظام التشفير بالمفتاح العام والخاص .

٥. نظام التوقيع الإلكتروني . Digital System Signature

نظام المعاملات الإلكترونية الأمنية:

١. مفتاح تشفير عام للمشتري.

٢. مفتاح تشفير عام للبنك.

٣. مفتاح تشفير للبائع.

٤. بصمة إلكترونية للتأكد من شخصية البائع والمشتري.

٥. وأخيراً ظهور هيئة الاعتماد.





ملحوظة :

يجب مراعاة وجود النظام الاقتصادي والمصرفي القائم وأساليبه وأنظمتها وآلياته وذلك لمواجهة التعامل مع الشبكة العالمية لنجاح التجارة الإلكترونية.

معايير نجاح وفاعلية وكفاءة نظام الأعمال الإلكترونية وآثاره على التجارة الإلكترونية *EBMS* :

١. نظام إدارة الأعمال الإلكترونية.
٢. مفهوم نظام إدارة الأعمال الإلكترونية.
٣. مكونات نظام إدارة الأعمال الإلكترونية.
٤. متطلبات العمل في ظل مفهوم الإدارة الإلكترونية.
٥. التوحيد القياسي ISO للخدمات والسلع المتاحة ودوره في نجاح أو فشل المعاملات الرقمية.

أساليب وأنظمة الترويج والإعلان والتسويق لسلع والخدمات على شبكة المعلومات الدولية لدعم التجارة الإلكترونية:

- |            |                     |
|------------|---------------------|
| Conception | ١. المفهوم          |
| Goals      | ٢. الأهداف          |
| Techniques | ٣. الأساليب التقنية |
| Services   | ٤. الخدمات          |
| Benefits   | ٥. الفوائد والمنافع |
| Evaluation | ٦. التقييم          |
| Future     | ٧. المستقبل         |





## الإشكاليات القانونية والأمنية التي تعوق دعم وتطوير التجارة الالكترونية

- دور البنوك والمؤسسات المصرفية
- دور القوانين أو التشريعات السائدة
- دور النظام السياسي والاقتصادي
- دور النظام الاجتماعي والثقافي
- دور تأمين وحماية المتعاملين ضد المخاطر

لذلك قضية أو إشكالية التجارة الالكترونية تكون مسئولية من ؟!

- وزارة الاقتصاد والتجارة الخارجية.
- وزارة التخطيط.
- وزارة المالية.
- وزارة العدل.
- البنوك.
- هيئات التأمين وإعادة التأمين.
- استراتيجيات وسياسات الدولة في التخطيط الاقتصادي.
- فلسفة النظام السياسي والحاكم.

ملحوظة: يجب مراعاة تأثير العولة والجريمة المنظمة من خلال الاختراق على نظام  
تأمين التجارة الالكترونية .





التخطيط المنظومي للدخول إلى عضوية نادي التجارة الإلكترونية العالمية:

١. نشر الثقافة الإلكترونية في المنظمات وبين المواطنين.
٢. بناء الأنظمة المعلوماتية المتكاملة.
٣. تعديل التشريعات الحالية.
٤. التشجيع والتقدم من جانب أجهزة الدولة.
٥. بناء الإدارة الإلكترونية وتطويرها إلى بناء الحكومة الإلكترونية E.M²E.G
٦. إعادة بناء العقلية الإدارية في المنظمات في ضوء متغيرات العصر.
٧. بناء جسور الثقة والأمان بين المتعاملين من خلال المشاركة في الأنظمة العالمية لتأمين حركة التعامل النقدي.
٨. إرساء النظام الديمقراطي لطرح مفهوم الشفافية والوضوح والدقة.

ولكن هناك تساؤلات هامة مطروحة يجب الإجابة عليها بصراحة؟؟

١. هل نحن لدينا القدرة على الدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية؟
  ٢. هل لدينا الكيانات الأساسية أو المحورية نحو البدء بالمشاركة ولو الجزئية في عالم التجارة الإلكترونية؟
  ٣. وأخيراً ما هي الكيفية أو الإستراتيجية المطروحة التي تحقق لنا اللحاق بعالم التجارة الإلكترونية بشكل مأمون ومنظم وقادر لتحقيق المنافع والمكاسب للملاحقة العالم المتقدم؟
- إنها تساؤلات كثيرة ومتعددة تحتاج إلى المزيد من البحث والفكر الإبداعي والابتكاري لجعل إدارة الأعمال سهلة ..

*We Make Business Easy?*

كيف ؟ How

والسؤال مرة أخرى ..



## المتطلبات المتكاملة نحو بناء هيكلية التجارة الإلكترونية من منظور المفاهيم المعاصرة

مفاهيم التجارة الإلكترونية أو التجارة عبر الشبكات الدولية للمعلومات:

١. التجارة الإلكترونية E-Commerce هي بمثابة إنجاز مجموعة من الأعمال Business لإنجاز مهام Tasks وتحقيق أهداف Goals من خلال استخدام تكنولوجيا فائقة ومتكاملة Integrated High Technology.

٢. التجارة الإلكترونية E-Commerce تعتبر منظومة متكاملة Integrated System من خلال تنفيذ أنشطة Activities في مجالات Fields متعددة باستخدام شبكات المعلومات الدولية Internet.

٣. التجارة الإلكترونية E-Commerce تعني القيام بعمليات التسويق Marketing والاختيار Choices والشراء والدفع للحصول على سلع أو خدمة إلكترونية Electronic أو رقمياً Digital باستخدام الحواسيب وشبكات المعلومات والاتصالات.

٤. التجارة الإلكترونية E-Commerce تعني التحول من النظام التقليدي لعمليات التسوق والبحث والشراء والسداد التي يقوم بها القائم بالشراء إلى التحول إلى النظام الرقمي Digital System.

٥. التجارة الإلكترونية E-Commerce تعني إلغاء القيود والتحرر من المحددات المكانية والجغرافية والزمنية من خلال Internet للحصول على السلعة أو الخدمة من خلال المواقع أو الأسواق الافتراضية Virtual Markets.

٦. التجارة الإلكترونية E-Commerce هي بمثابة إنجاز كافة العمليات اللازمة والضرورية لاقتناء سلعة أو الحصول على خدمة بصياغة إلكترونية Electronic Form.





٧. التجارة الإلكترونية E-Commerce تعني إنجاز الأعمال من خلال Internet بطريقة أفضل وأسرع وأرخص.

٨. التجارة الإلكترونية E-Commerce تكون بمثابة ثلاث عمليات متتالية التسوق باخذ قرار الشراء وسداد القيمة رقمياً بين المشتري والبائع أو المستهلك والمنتج أو القائم بالأعمال ومقدم الخدمة.

٩. مفهوم شبكات المعلومات الدولية Internet والتي تعتبر بمثابة العمود الفقري في منظومة التجارة الإلكترونية الـ Internet حيث أنها شبكة الشبكات الإلكترونية والتي تسمح لمستخدميها التواجد اللامحدود مكانياً أو زمنياً والاتصال المتواصل الإطلاع على مصادر مواد المعلومات المتاحة على الشبكة العنكبوتية World Wide Web للحصول على المعلومات المطلوبة المخزنة داخل المرافق المتعددة والمتجددة دوماً Updating.

### أساليب التخطيط المنظومي لبناء مواقع التجارة الإلكترونية:

١. تحديد فئات المستفيد من العملاء.
٢. تحديد الاحتياجات والمتطلبات من الخدمات / السلع بدقة.
٣. وضع خطة العمل وأسلوب التنفيذ من السياسات والإجراءات والآليات المستخدمة والأنظمة المطلوبة.
٤. توفير قواعد البيانات الأساسية اللازمة لإدارة الموقع في الأنشطة المتخصصة من خلال برامج Oracle أو SQL أو Sybase أو Informix .
٥. توفير إمكانيات حركة النقل والتداول للسلع والخدمات لضمان وتأمين وصولها الى العملاء في الأماكن المختلفة خاصة السلع أو الخدمات المادية .
٦. توفير الأنظمة الإلكترونية التي تستطيع التسوق الإلكتروني أو ما يطلق عليها عربة التسوق shopping Car للسلع والخدمات من خلال تصميم القوائم أو مربعات التأشير التي يستخدمها العملاء بتحديد اختياراته.





٧. تعتمد التكنولوجيا المستخدمة في التجارة الإلكترونية على لغة ترميز النص المرجعي.

٨. تصميم أنظمة الحماية والتأمين والسرية.

٩. إيجاد وسائل السداد الإلكتروني أو الدفع الإلكتروني.

متطلبات نجاح وفاعليات وكفاءة المواقع في نظام الأعمال للتجارة الإلكترونية في المنظمات :

١. معيار كفاءة تصميم الموقع.

٢. معيار تلبية حاجات ومتطلبات العملاء.

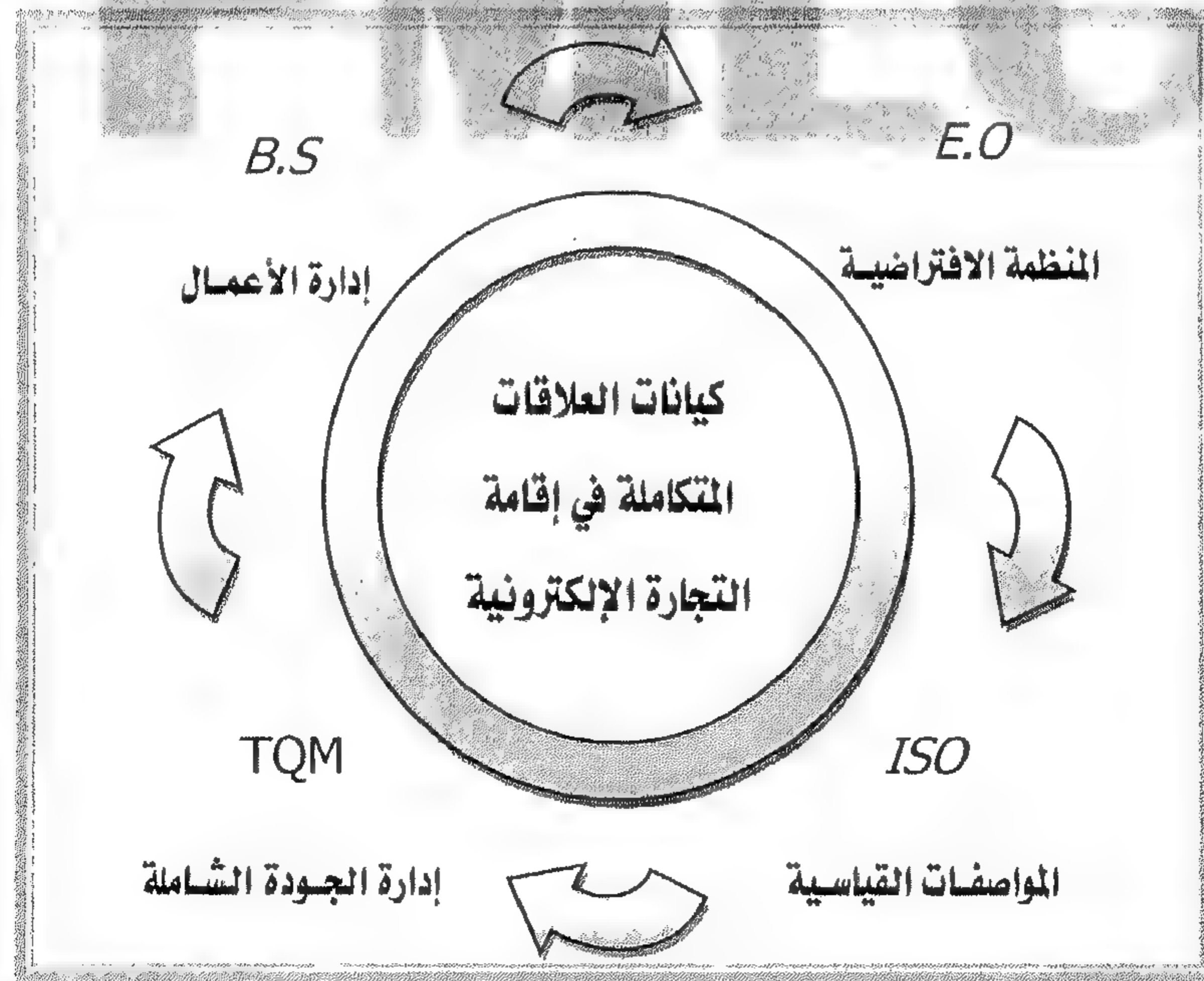
٣. معيار سهولة التصفح والانتقال والتركيز.

٤. الاهتمام بالشكل الخارجي لموقع المنظمة.

٥. استخدام مواقع أو منافذ البيانات Portals.

٦. معيار كفاءة وفاعليات الخدمات التي يقدمها الموقع إلى العملاء.

٧. كيانات العلاقات المتكاملة في إقامة التجارة الإلكترونية





بعض الإشكاليات ومواجهة التيارات المعاكسة التي تعرقل التجارة الإلكترونية في المنظمة العربية:

١. البيئة والظروف السياسية والاقتصادية والثقافية.
٢. البيئة التشريعية من قوانين وقرارات ولوائح متعارضة.
٣. ضعف البنية التحتية من كيانات لقواعد وأنظمة المعلومات المتكاملة والذكية.
٤. ضعف المنظمات الاقتصادية.
٥. .... أخرى.

ويبقى السؤال الآن ..

هل يمكن أن يكون هناك حلاً ؟

PMEC





## التوجه إلى الاقتصاد الرقمي

دوائر التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية ومنظمات المعرفة في التوجه للاقتصاد الرقمي:

١. الاقتصاد الرقمي Digital Economy يقوم على تدفق المعرفة.
٢. الاقتصاد الرقمي Digital Economy بمثابة عصر التشبيك بين التكنولوجيات الفائقة Hi-Tech.
٣. الاقتصاد الرقمي Digital Economy هو الطريق السريع للاقتصاد الجديد.
٤. عناصر الاقتصاد الرقمي Digital Economy والافتراضية أو الخائلية Virtual تمثل في المعرفة والتكامل Integrated والتشبيك Linked والاتصالات Communication والعولمة Globalization مع القيادة Leadership في إدارة منظمات المستقبل Future Organization.

مفاهيم جديدة نحو الاتجاه للكونية أو العولمة في عصر الاقتصاد الرقمي:

١. التوجه إلى الاقتصاد الكوني المتشابك.
٢. التوجه إلى التسويق والبيع الكوني.
٣. التوجه إلى الإنتاج الكوني.
٤. التوجه إلى المواجهة للمنافسة الكونية.
٥. التوجه إلى إنتاج سلع كونية.
٦. التوجه إلى عملاء كونيين.
٧. التوجه إلى أسواق كونية.
٨. التوجه إلى تكتلات كونية.
٩. التوجه إلى الثقافة العالمية.





### متطلبات إقامة منظمات المستقبل لدخول نادي التجارة الإلكترونية:

١. إعادة اختراع المنظمة بشكل جديد.
  ٢. إعادة بناء هندسة النظم في المنظمة.
  ٣. تحول المنظمات إلى منظمة التعلم أو منظمة المعرفة.
  ٤. التوجه إلى تطبيق المعايير العالمية.
  ٥. التخطيط لبرامج تحسين الإنتاجية.
  ٦. الالتزام بنظام الجودة الشاملة.
  ٧. العمل على توكيد الجودة.
  ٨. العمل على ضبط أو رقابة الجودة.
  ٩. إدارة الجودة للموارد الاقتصادية.
  ١٠. التطوير التنظيمي المتواصل لأداء الأعمال.
  ١١. تحسين التنمية الإدارية وتطويرها.
  ١٢. رؤية معاصرة تعتمد على التركيز على العملاء.
- رؤية جديدة في أسواق التجارة الإلكترونية من المنظور الرقمي:
- المسار الأول: الأسواق الرقمية المخصصة لهيئة أو منظمة بذاتها دون غيرها للتعامل مع عدة منظمات أو هيئات أخرى.
  - المسار الثاني: أسواق رقمية تجمع المنظمات ذات الأنشطة المتشابهة، والتي تدخل في نطاق علاقات أعمال تبادلية ومشتركة.
  - المسار الثالث: أسواق رقمية متخصصة وتطبيقات محددة في النشاط ذاته.



المبادئ الأساسية للإدارة بالجودة الشاملة والتي اتخذت أساساً للمواصفة الجديدة:

- الأساس الأول: متطلبات الجودة الشاملة.
- الأساس الثاني: القيادة القائمة على قواعد المعرفة.
- الأساس الثالث: نظرية المشاركة الكاملة.
- الأساس الرابع: أسلوب الإدارة بالعمليات.
- الأساس الخامس: استخدام أسلوب المنظومة المتكاملة.
- الأساس السادس: التطوير المستمر.
- الأساس السابع: اتخاذ القرارات بناء على النظم المعرفية.
- الأساس الثامن: توطيد العلاقة مع الغير على المشاركة.

PMEC





## المدخل الي شبكة المعلومات الدولية

### Internet

سيتم التركيز هنا على العديد من الموضوعات ، أهمها :

- ما هي الانترنت ؟
- هل تؤمن الانترنت وصولاً أسرع إلى المعلومات ؟
- ما ضرورة وجود الانترنت ؟
- ما هي الانترنت ؟
- وماذا عن مستقبل الانترنت ؟
- الجيل الثاني للانترنت.
- الجيل الثالث للانترنت.
- ما هي الانترنت ٢ ؟
- ما هي انترنت الجيل المقبل NGI ؟
- ما هي الإكسترانت ؟
- البريد الإلكتروني E-mail.
- الاستعراض والبحث.
- إنشاء مواقع ويب.





## ما هي الانترنت ؟

تطلق تسمية الانترنت على التطبيق العملي لاستخدام تقنيات الانترنت والويب في الشبكة الداخلية للمؤسسة أو الشركة . كما تقدم شبكة الانترنت خدمة الوصول إلى الانترنت مع منع العكس . وبذلك تؤمن الانترنت سوراً منيعاً (يطلق عليه اسم جدار النار Walls Fire) . ويعد البعض شبكة الانترنت نموذجاً مّطوراً من نظام الخادم / المستفيد (Client/Server) المّعتمد في الحوسبة .

هل تؤمن الانترنت وصولاً أسرع إلى المعلومات ؟

لا يمكن الجزم بأن الانترنت أسرع أو أبطأ لأن ذلك يعتمد على الهيكلية التي تعتمد عليها، ولذلك سنفصل مستويات السرعة استناداً إلى الهيكلية :

- في حال كانت الانترنت مبنية على شبكة محلية LAN فإن سرعتها تكون هي سرعة الشبكة المحلية ( تبدأ من عشرة ميجابت في الثانية حتى مائة ميجابت في الثانية ) .
- أما في حال كانت بعض العقد Nodes تتصل بالانترنت عن طريق الانترنت فإن سرعة الانترنت ستعتمد على سرعة الإنترنت وعليه فإن السرعة ستتراوح بين ١٤ كيلو بايت في الثانية وحتى ٥٦ كيلو بايت في الثانية .
- أما الحالة الأخيرة فهي وجود خدمة هاتفية مخصصة للانترنت وقد تصل السرعة إلى ٢ ميجابت في الثانية.



## ما ضرورة وجود الانترنت ؟

### ١- تقليل التكاليف :

يعمل الجهاز الخادم Server في شبكة الانترنت على تقليل الحاجة إلى وجود نسخ متعددة من البرامج (وقواعد البيانات Databases) وتسمح هذه البنية بخدمة تنزيل (Downloading) الملفات والتطبيقات بسهولة ويسر كما يمكن للشركة أن تستغني عن الكثير من المطبوعات والنماذج الورقية.

### ٢- توفير الوقت :

يخفض استخدام الانترنت الكثير من الوقت الضائع في الاتصال بين عناصر الشركة ، كما يؤمن وسيلة ضمان لدقة سير الاتصالات وعدم تكرارها .

### ٣- الاستقلالية والمرونة :

إمكانية النفاذ إلى موارد المعلومات Information Resources عن طريق تطبيق واحد هو المستعرض Browser ومن منصات عمل مختلفة إضافة إلى أن نشر المعلومات عن طريق الموقع الداخلي يتم في الزمن الحقيقي Real-Time ولا يحتاج إلى أي عمليات إعداد مسبقة .

### ٤- تسخير خدمات الانترنت :

*E-Mail*

*Service Real-Time Chatting*

*Portable Electronic Document-PED*

*News-NNTP Network*

*Conference Video*

البريد الإلكتروني

خدمة الحوار في الزمن الحقيقي

تقنية الملفات الإلكترونية المحمولة

خدمة نقل الأخبار

خدمة مؤتمرات الفيديو





## ما هي الانترنت؟

الانترنت The Internet هي شبكة عالمية تربط عدة آلاف من الشبكات وملايين أجهزة الكمبيوتر المختلفة الأنواع والأحجام في العالم كونها وسيلة يستخدمها الأفراد والمؤسسات للتواصل وتبادل المعلومات لابد لها من التوافق مع مجموعة من معايير الاتصال التي تدعى بروتوكولاً Protocol بروتوكولاً يسمى بروتوكول الانترنت Internet Protocol – IP بيانات تدعى الحزم Packets .

كما أنه يتحكم بتوجيه البيانات Data Routing من المرسل إلى المستقبل وينطوي بروتوكول الانترنت Internet Protocol – IP تحت مجموعة بروتوكولات التحكم بالإرسال / بروتوكول الانترنت Transmission Control Protocol Internet Protocol TCP/IP وهي مجموعة بروتوكولات طورتها وزار الدفاع الأمريكية لإتاحة الاتصالات عبر الشبكات المختلفة الأنواع.

وماذا عن مستقبل الانترنت؟

وكان لابد من اعتماد خطوط أسرع من الخطوط الهاتفية، وتتمتع وبعرض حزمة Bandwidth أكبر مثل: الألياف الضوئية Fiber Optics، وكوابل البث التلفزيوني Television Cable، والأقمار الصناعية Satellites.

الجيل الثاني للانترنت :

بدأ الجيل الثاني بالظهور على أرض الواقع الانترنت internet الجيل المقبل Next Generation Internet-NGI وشبكة Canet، ويعتمد هذا الجيل نسخة مطورة من بروتوكول الانترنت هي IPv1، كما يدعم ميزتين مهمتين هما: الإرسال المتزامن المتعدد الوجهات Multicasting، وميزة جودة الخدمات Quality of Service- QOS التي تدعم البث الحي لملفات الفيديو، وتدعم تطبيقات الوسائط المتعددة Multimedia .





### الجيل الثالث للإنترنت :

ما زال الجيل الثالث للإنترنت قيد الأبحاث ، ومن المتوقع له أن يدعم جميع المزايا المتقدمة ولاسيما تلك التي تتطلب سرعة عالية جداً . ومن أبرز المشاريع المقدمة شبكة CAne٣ ، وشبكة Supernet ، ويدعم هذا الجيل ميزتين هما :

١ . استخدام تقنية DWDM-Dense Wavelength Division Multiplexing وهي تقنية تستخدم الألياف الضوئية في الإرسال بسرعات تصل إلى ٤٠٠ جيجا بت / ثانية .

٢ . مما يسرع نقل الصوت والفيديو بدرجة هائلة .

ما هي الإنترنت ٢ ؟ (internet ٢)

الإنترنت ٢ هي مشروع طموح يهدف إلى تطوير شبكات كمبيوتر تنقل المعلومات بسرعة عالية ، وذلك لتسريع قدوم إنترنت المستقبل ، وقد أطلق هذا المشروع عام ١٩٩٩ تحت رعاية UCAID Corporation For Advanced Internet Development

ما هي إنترنت الجيل المقبل NGI ؟

إنترنت الجيل المقبل The Next Generation Internet – NGI التي انطلقت في الأول من تشرين أول / أكتوبر ١٩٩٧ هي مبادرة تشترك فيها عدة هيئات ومؤسسات، سعياً لمضاعفة السرعة الحالية للإنترنت ١٠٠٠ مرة، ولإيجاد تقنيات تشبيك أقوى كثيراً من تلك الموجودة حالياً على الإنترنت.

ما هي الإكسترانت ؟

نشأت شبكات الإكسترانت استجابة لما يتطلبه قطاع الأعمال من شراكات وتحالفات وما يقتضيه من أمن على المعلومات المتبادلة عن طريق الشبكات ، مع العناية الشديدة بالصلاحيات ( اصطلاح على تسمية هذه الفعالية باسم تعاملات الشركات مع بعضها B٢B- Business to Business ) .



## البريد الإلكتروني E-mail :

وقد تبوأ الإنترنت بالفعل مكانة عظيمة بدخولها في جميع نواحي الحياة (في قطاع الأعمال Business ) وهناك العديد من خدمات الإنترنت الأخرى:

- خدمة تلنت Telnet التي تستخدم للوصول إلى أجهزة الكمبيوتر البعيدة.
- خدمة غوفر Gopher التي سهلت الوصول إلى المعلومات على الإنترنت بواسطة برنامج واحد فقط.
- خدمة بروتوكول نقل الملفات FTP التي تنقل الملفات الكبيرة.
- شبكة الويب العالمية WWW التي يسهل التنقل عبر محتوياتها المفيدة والمتعة عن طريق النقر والتأشير Point-and-Click.
- (( البريد الإلكتروني خدمة واسعة الانتشار ، إذ أنه أسرع وأرخص من الرسائل الورقية ))

## الاستعراض والبحث :

يمكن الاستفادة من المزايا الكثيرة التي تقدمها الإنترنت مثل البحث Searching عن المعلومات بواسطة محركات البحث Search Engines ، واستعراض الصفحات عن طريق المستعرضات Browsers.

## إنشاء مواقع ويب :

تنشأ مواقع الويب لوضع معلومات حول شخص Homepage Site أو منظمة Organizational Site أو شركة Company Site على الإنترنت ، ويتألف كل موقع من مجموعة من الصفحات التي ترتبط ببعضها عبر روابط تدعى Hyperlinks ، وتدعى الصفحة الأولى للموقع باسم الصفحة الافتتاحية Homepage أن تصميم موقع جديد يحتاج إلى معرفة بعض لغات البرمجة من قبيل لغة النص المترابط HTML ولغة الجافا سكريبت Java Script ، وبعض برامج تصميم الرسوم والحركة Animations والفيديو Video .





## التسويق الرقمي

### خطوات التسويق الرقمي:

- ١ تحديد البداية. *Get started.*
- ٢ بيان أفكار جيدة. *Get a good idea*
- ٣ عنوان البريد الإلكتروني. *Get e-mail.*
- ٤ بناء الموقع الإلكتروني. *Get a web site.*
- ٥ اختيار الاسم. *Get a domain.*
- ٦ تحديد الزائرين المتوقعين. *Get Visitors.*
- ٧ التعرف على الزائرين. *Know your visitors.*
- ٨ تحسين الموقع. *Improve your site.*
- ٩ البحث عن عملاء جدد. *Find new customers.*
- ١٠ بدء البيع المباشر. *Start selling online.*





## Step (1):

*Get started : Assemble what you need in Com,*

- ١) Organize your time-setup business plan, estimate cost, revenue, and opportunities, competitors.
- ٢) Promote e-marketing of com. services.
  - a. Organize your Motivation: (please put a tick).
  - b. Are you a leader in our Business.
  - c. Can you face in Markets.
  - d. Do you like helping People.
  - e. Do you like setting goals & achieving them.
  - f. Do you like working professionally
  - g. Do you manage your time
  - h. Do you think of changing the way you do work
  - i. Do you learn from past mistakes.
  - j. Do you care about quality in providing services.
  - k. Do you risk to maximize productivity.

### *Reasons to do marketing of e-gov.services:*

- ١) Expansion
- ٢) Services development
- ٣) Integrate all payments (cheques, cash, bank draft, credit cards, foreign currency transactions).
- ٤) Reducing paper work.
- ٥) To ease B<sup>2</sup>C, B<sup>2</sup>B, B<sup>2</sup>G, G<sup>2</sup>B, G<sup>2</sup>B, C<sup>2</sup>G, C<sup>2</sup>B.
- ٦) Easier information collection
- ٧) Easy to contact gov's citizen's base-one E-mail can be sent to a large number of people.
- ٨) To join other e-gov and e-business.

### *Problems with e-gov marketing:*

- Can you keep your promises?
- Multiple currency transaction when dealing with different countries.



- The legality of advertising in different location.
- Does it fit your present management model? If not build a new model.
- You can market any product, service or idea using the internet.
- Are all of your citizens and suppliers on line?
- Does ever one speak English?
- There are man gov. services.
- Are you organized to get e-government opportunities?
- How to cope with cultural differences and social classes?

***Gains of E-marketing of gov. services:***

- E-payments
- Expand into a new geographical locations.
- E-catalogue would lead to new markets
- Do you have a “Static” web site? (Limited E-marketing).
- Are you selling easily shipped products?
- Do you produce a printed catalogue?
- Do you sell-information?
- Do you sell a specialized product or services?
- Do you offer citizens “support b telephone or mobile?”

***Organize your government business:***

**١- Tools:**

- A mail – order catalogue.
- Product procures.
- Data sheets.
- Drawings & diagrams.
- Information packs.
- News releases.
- Newsletter.
- A discussion forum.
- An existing web site.

**٢- Organize your computer:**

- A Computer
- Dial up Software. (Internet Connection)





- A web Browser
- A News Reader Program
- An FTP Client.
- Internet Service Provider (ISP)

**٣- A New E-business needs:**

- A real domain name.
- Real e-mail.
- Real web space.
- All are available free

**Step (٢):**

***Get a good idea (Good business Model):***

**١) Examples are:**

- A new way of connecting citizens and distribution channels.
- A new way of contracting people.
- A new way of researching & scoping the market of new services.

**٢) Advantages of new government business models:**

- No rules – no one can tell you are wrong.
- Profit margins are high.
- You will be a head of the market.

**٣) Deciding what to e-market?**

- E-education certificate.
- B.D. certificate
- Driving license
- Bus license services
- E-ticketing
- Health
- Pension
- Visae
- Social





### Some new E-gov. services ideas:

*There is no best option;*

- Citizen comes first.
- Have a stand by files.
- Marketing is all
- It takes a leader to start a new e-gov. service.
- If it is a good idea, somebody else will do it sooner or later.
- Fail to plan, plan to fail.
- Everyone is a potential customer of e-gov. services.
- E-gov saves money.

### Step (٣):

#### **Get e-mail :**

##### **١) Advantages:**

- ١) You save the phone calls.
- ٢) It is instantaneous.
- ٣) Cannot be misunderstood.
- ٤) It provides a permanent record of what you sent.
- ٥) It takes the fax a logical step further.
- ٦) You can use PC as a fax ( card )
- ٧) Pictures can be sent by e-mail.
- ٨) It is almost free.
- ٩) Time wasting.
- ١٠) You can forward e-mail to another location.

##### **٢) Finding e-mail addresses:**

###### **١- Mailing list:**

###### **٢- Directories:**

(switchboard at Alto vista [http:// AltaVistaboard.com](http://AltaVistaboard.com))

###### **٣- Company domains:**

A company with number of employee has its domains and ever employee an individual e-mail.

###### **٤- E-mail client programs:**

- A dial up ISP
- An e-mail account with ISP



- A Modem to make the connection, LAN Card.
- Dial up networking software.
- An e-mail client-the program which makes it all work.
- ١- **Mailing list** data be
  - Send a business card to your database.

### **Organize your e-mail for e-marketing of gov. services:**

- Push e-mail (your send it without waiting).
- Establish a regular newsletter.
- Make your newsletter different from others.
- If you change your web site regularly, send out a weekly or monthly e-mail newsletter.
- You can get an International Standard Serial Number (ISSN)
- Promote your newsletter in mailing lists and newsgroups.
- Give away free information
- Chatting discussion (forums)
- Video conferencing
- Speak proper.

### **Step (٤):**

#### ***Get e Web Site:***

##### **١- Advantages:**

- Ability to determine & control its appearance.
- Possibility of adding interactive elements & e-commerce.
- Integration of on-line catalogues & shopping card systems from the outlet.
- Choice of technologies (animation, stock wave, audio, video, ... )
- Integration of discussion forums.
- Exercise control over your domain.

##### **٢- Disadvantages:**

- You have to do it yourself.
- Your web designer might benefit from the web.
- You have to keep updating your catalogue & price list.

##### **٣- Adding to an existing web site:**

- E-shop-front





- Payment system
- Forms for citizen's data collection
- Chat rooms
- Forums or message board
- Links to other sits
- Additional pages or sub-webs
- Database integration

**٤- Your web site should be:**

- ١) Well known
- ٢) Attractive
- ٣) Easy to interact with
- ٤) Constantly offering something new
- ٥) Sticky-people stay, interact and come back
- ٦) Watch your speed
- ٧) Watch the road
- ٨) Image is all
- ٩) Push your site

**Step (٥):**

***Get a Domain Name:***

- Get a Internet Protocol (IP) which are number to locate each other an the internet.
- The Domain Name System (DNS) will translate your e-mail into the IP used by the internet.
- Internet Service Provider (ISP)
- Find out if our domain name is available.
- Choosing your Domain Name the :
  - *com*
  - *net*
  - *org*





### Step (٦):

#### *Get Visitors : (attract visitors to your web site)*

- Make reciprocal links.
- Web rings.
- Discussion links, news groups.
- Send on-line press releases.

### Step (٧):

#### *Know Your Visitors (citizens)*

- Tracking your visitors.
- Web methods:
  - How many people visited your site?
  - Where they came from?
  - How long they stayed?
  - What they browsed?
  - what browser and net work they are using?
- Answers will benefit for:
  - Marketing Audit
  - Site Improvement
  - Selling Space to Advertisers
  - Knowing which Links, Campaigns.

### Step (٨):

#### *Improve Your Site:*

- Design consideration:
  - Keep your graphics files small.
  - Bigger files take longer.
  - Use standard fonts, stick to the Netscape ٢١٦ color palette
- Navigation:
  - Think of it as a road map.



- Your site's navigation is a guide.
- Don't be clever with names call it customers.
- Point with pictures.
- Don't be too tricky.

#### Types of navigation:

- **Global:**
  - Ideals for liner sites
- **Hierarchical:**
  - Best for information rich sites organized in a free structure.
- **Mixed:**
  - List of books

#### Top Site Improving Tips:

- Be consistent most of the time
- Be involved
- Be reading for the unforeseen
- Client can link too
- Take care of the site capacity
- Promote your web site regularly
- Contact your e-mail list regularly
- Develop an e-mail list
- Sell one thing-well.
- Is your credit card ordering secure?
- Do you have a privacy statement?
- Is the text effective?
- Does your site look professional?
- Give a way free information
- Get your own domain name
- You are a professional, but does your site say so?
- What is your unique selling point?
- Promote your web site an all your communication media.
- Patience is a must
- Exchange web sites with World Wide sites.





### Step (٩):

#### *Start selling e-gov. services online:*

- **Advantages:**
  - Open ٢٤ hours a day.
  - No staff costs or rent
  - No stock requirements
  - Good cash flow
  - Customers can be tracked
  - Global reach
- **The on-line shop requires:**
  - Describes your product line.
  - A payment system.
  - Some database for customers retailed orders.
- **The e-payment system:**
  - What prices and currencies?
  - Do you offer a cheque payment.
  - Will you be taking orders from abroad?
  - Credit card payment are not a problem
  - Are there multiple choice for payments
  - How do you deal with taxes
  - How encryption works?

### Step (١٠):

#### *Finding new customers e-gov services:*

- Building loyalty & return visits.
- Management of image.
- Build a sense of belonging
- Add a chat room
- Hold a weekly or monthly contest
- Update your site
- Ask our visitors to put a link in their web site to yours
- Think of the sites you visit most offer
- Sign an agreement with other sites (Banner Exchange).
- Exchange deals?



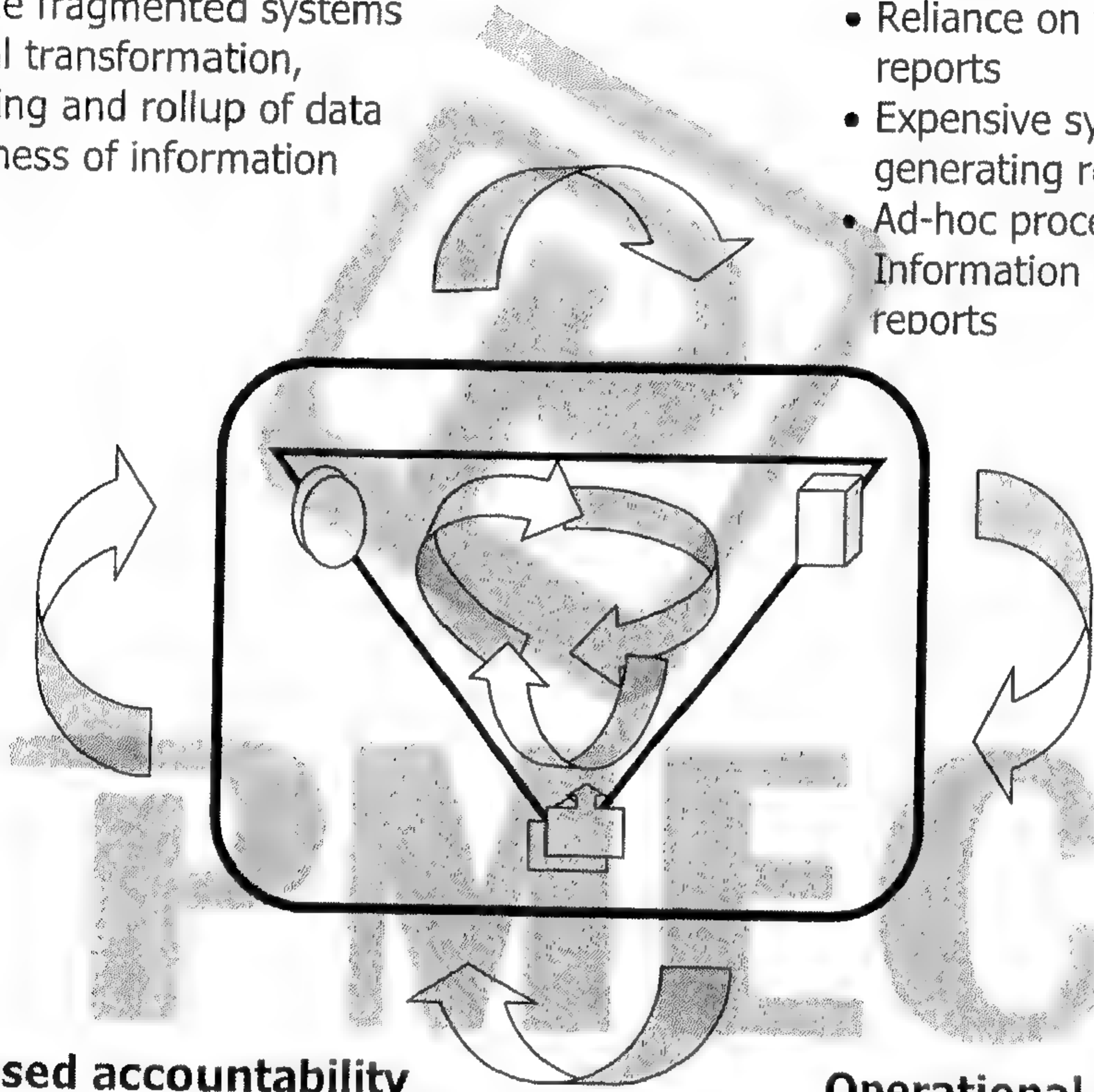
## المدخل إلى إدارة الأعمال المتغيرة

### Compressed business cycles

- Multiple fragmented systems
- Manual transformation, cleansing and rollup of data
- Timeliness of information

### Reduced IT budgets

- Reliance on technical staff for reports
- Expensive systems for generating reports
- Ad-hoc process of collecting information and generating reports



### Increased accountability

- Incomplete data across business, lifecycle
- Alignment with corporate objectives
- Visibility into key metrics

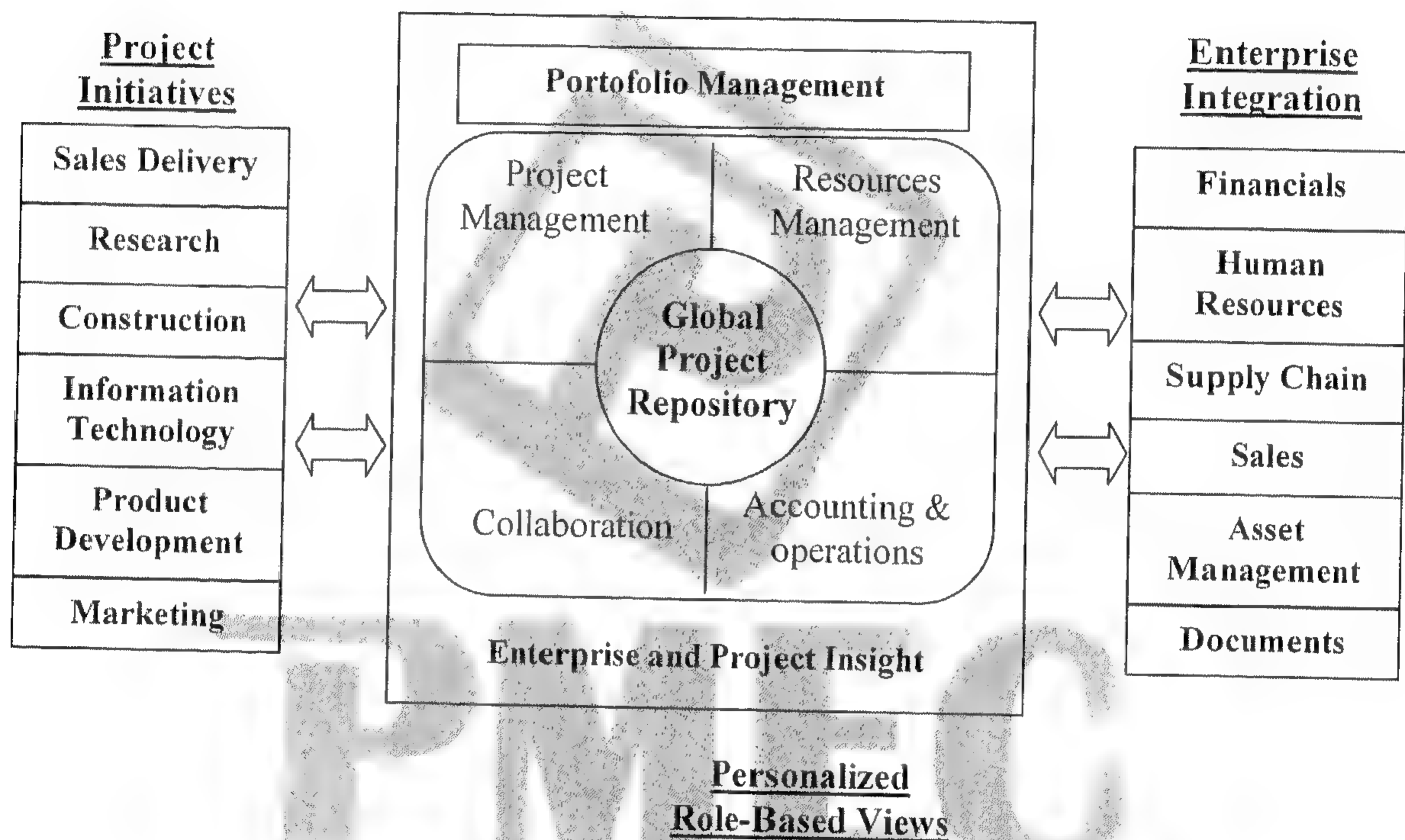
### Operational challenges

- Consistency and accuracy of information across roles & business units
- Security of information
- Supplier and customer access



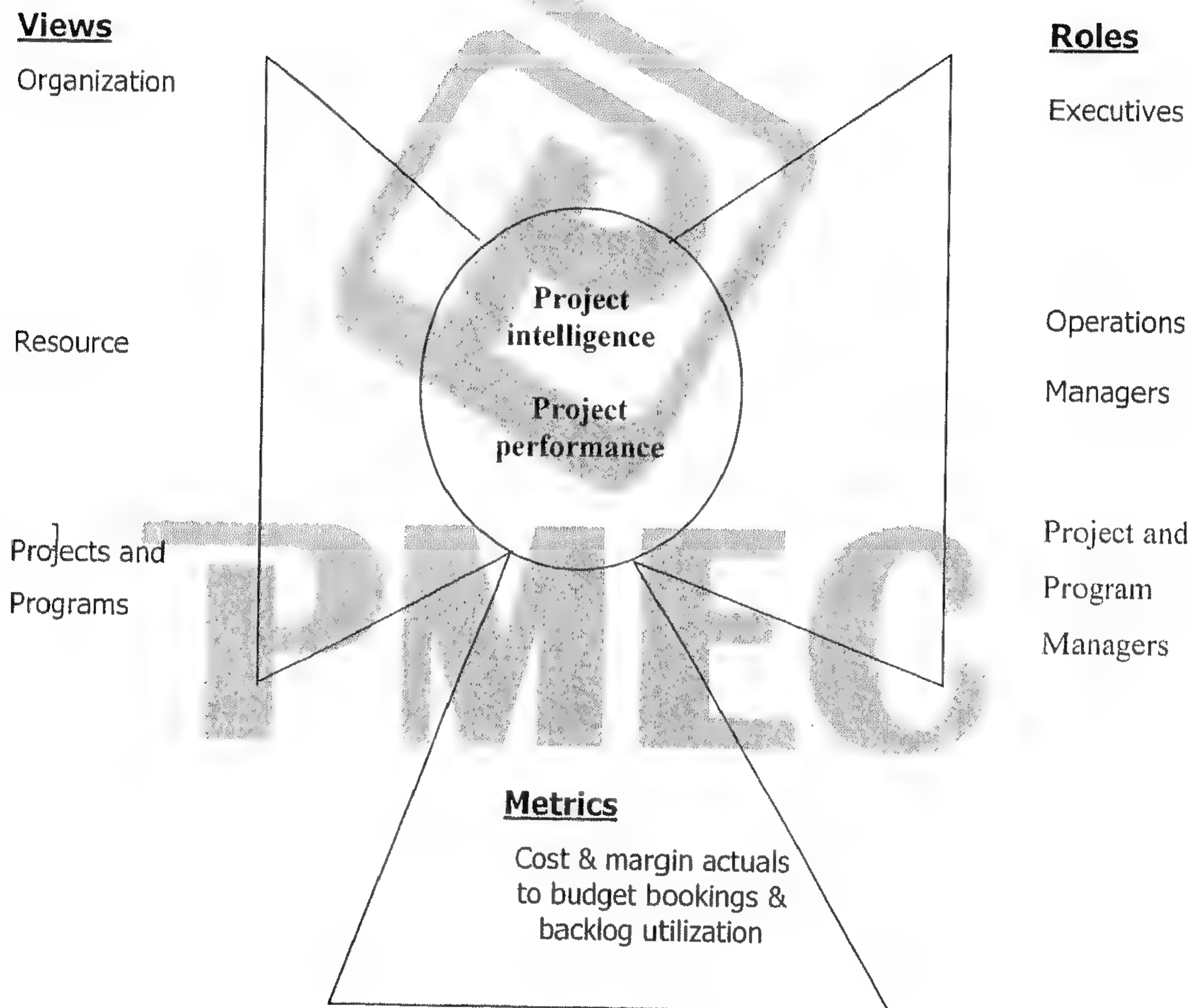


## Enterprise Project Management





## *Enterprise and Project Insight with Project Performance & Intelligence*







## *Performance Management Across Business Lifecycle*

### Views

Organization

Resource

Projects and  
Programs

]

### Roles

Executives

Operations

Managers

Project and  
Program  
Managers

Project  
intelligence

Project  
performance

### Metrics

Cost & margin actuals  
to budget bookings &  
backlog utilization

### Opportunity management

- Bookings
- Backlog
- Book to bill

### Resources management

- Utilization
- Availability

### Project finances

- Project
- Profitability
- Project cost





## بميك اختيارك الأول .. لإدارة أفضل

### اسماء الموزعين في جمهورية مصر العربية

مدينة نصر	
٢٧٥٢٩٨٤	دار الفكر العربي ( م. نصر)
٢٧٢٥٣٧٦	دار طيبة
٢٧٠٧٠٢٣	دار الأفق
٢٧٥٤٥٨٣	مجموعة النيل العربية
٢٧٢٥٢٧٤	مكتبة سمير
٤٠٦٠٤٠٥	هلا هنا
وسط البلد	
٣٩١٢٤٨٠	مكتبة الشروق - وسط البلد
٣٩٢٨٩٦٣	دار حراء
٣٩٢٩١٩٢	زهراء الشرق
٣٩٢٦٤٠١	عالم الكتب
٧٩٥١٤٥١	مكتبة الزهراء
٣٩٢٨٦١٨	مكتبة شادي
٥٧٥٦٤٢١	مكتبة مدبولي الكبير
٣٩٢٦٩٣١	دار النهضة العربية
٧٩٥٣٨١١	دار افاق
٣٩٣٤٣٠١	دار الكتاب العربي اللبناني
٣٩٣٨٠٧١	مكتبة الشروق الدولية
٣٩٣٤٤٠٢	مكتبة ليلي
٧٧٠٣١٠٢	مؤسسة الأهرام
٣٩٣٨٤٦١	مكتبة كوميت
٥٧٤٠٥٠٣	دار الأحمدي
٥١٩٥٣٥١	مكتبة آدم
الدقي	
٧٤٨٥٢٨٢	المكتبة الأكاديمية
مصر الجديدة	
٦٢٢٢١٠٥	الدار الدولية للاستثمارات الثقافية
٦٢٤٦٢٥٢	دار الفجر للنشر والتوزيع
٤١٩٥٤٦٢	مكتبة النوالي
٢٩٠٨٢٠٣	مركز الكتاب للنشر
الزمالك	
٧٣٦٢٠٩٦	مكتبة ديوان
الاسكندرية	
٠٣/٤٨٧٦١٨٦	مكتبة علاء الدين ( الأسكندرية )
٠٣/٤٨٧٣٣٠٣	منشأة المعارف ( الإسكندرية )



بميك اختيارك الأول .. لإدارة أفضل

اسماء الموزعين الخارجيين		
اسم المدينة	اسم المكتبة	هاتف
المملكة العربية السعودية		
الرياض	مكتبة العبيكان	٠٠٩٦٦١ / ٤٦٥٤٤٢٤
الرياض	مكتبة جرير	٠٠٩٦٦١ / ٤٦٢٦٠٠٠
الرياض	مكتبة المؤيد	٠٠٩٦٦١ / ٤٠٢٠٣٩٦
الرياض	مكتبة الشقري	٠٠٩٦٦١ / ٤٦١١٧١٧
جدة	مكتبة كنوز المعرفة	٠٠٩٦٦٢ / ٦٥١٤٢٢٢
الدمام	مكتبة المتنبي	٠٠٩٦٦٣ / ٨٤١٠٤٢١
دولة الكويت		
الكويت	شركة المكتبات الكويتية	٠٠٩٦٥ / ٣٩٨٢٥٩٠
الكويت	مكتبة أقرا	٠٠٩٦٥ / ٩١٥٧١٧٠
الامارات العربية المتحدة		
ابوظبي	مكتبة جرير - ابوظبي	٠٠٩٧١٢ / ٦٤٥٩٩٨٧
الجمهورية اليمنية		
صنعاء	الدار العلمية للمكتب الجامعية	٠٠٩٦٧١ / ٢١٦٦٤٩
صنعاء	مكتبة خالد بن الوليد	٠٠٩٦٧١ / ٢٢٤٦٩٤
دولة قطر		
	دار الثقافة	٠٠٩٧٤ / ٤٤١٣١٨٠
سوريا		
دمشق	دار الفكر	٠٠٩٦٣١١ / ٢٢١١١٦٦
الجزائر		
الجزائر	الدار الجزائرية للكتاب	٠٠٢١٣٦ / ١٥٣٥٣٩٩
دولة فلسطين		
غزة	مطبعة ومكتبة منصور	٠٠٩٧٠٨ / ٢٨٢٥٦٨٨
القدس	وكالة ابو غوش	٠٠٩٧٢٢ / ٥٨٣١٤٠٤
المملكة الاردنية الهاشمية		
عمان	دار المستقبل	٠٠٩٦٢٦ / ٤٦٥٨٢٦٣



